

## Lettre ouverte au Syndicat Français des Miels (SFM)

Alors que l'interprofession des produits de la ruche INTERAPI s'est récemment créée, associant l'ensemble de la filière, l'organisation des négociants SFM, dont fait partie la Famille Michaud Apiculteurs, continue à dénigrer les apiculteurs.trices qui commercialisent leurs miels en vente directe. Des prises de parole individuelles et collectives de négociants sont empreintes d'irrespect et de calomnie pour le travail des apiculteurs.trices. On peut retrouver la dernière en date dans l'article de la revue LSA « Loi EGALIM : le miel contraint de détailler ses pays d'origine », publié le 10 octobre 2018.

Extrait : « *Une partie des apiculteurs échappent à tout contrôle, ce sont ceux qui vendent en circuit court sur les marchés ou les bords des routes* ».

Rappelons quelques vérités :

- Les apiculteurs.trices fournissent en produits apicoles de qualité les consommateurs sur les marchés, les points de vente « producteur », etc. 50 % du miel est aujourd'hui vendu par des apiculteurs.trices en vente directe.
- Nous sommes régulièrement contrôlés par les services de l'État (DDPP...). L'affirmation de SFM comme quoi « les miels d'apiculteurs.trices qui vendent en circuit court échapperaient à tout contrôle » est fausse et diffamatoire. Les apiculteurs.trices ont régulièrement recours à des analyses et la direction des fraudes fait également des contrôles chez les apiculteurs.trices. Nous ne pouvons tolérer la désinformation permanente de SFM qui vise à jeter le discrédit sur une partie de la filière.
- La vente directe est un vrai métier. Nous ne sommes pas des « vendeurs de bord de route » !

Face à l'engouement des consommateurs.trices pour les circuits courts et les produits locaux, les négociants développent une stratégie de mécanismes basés sur des importations massives à bas prix et de dénigrement du travail des apiculteurs.trices. A coups de communication, SFM construit une concurrence déloyale avec les apiculteurs.trices récoltants.

Comme si cela ne suffisait pas, les négociants paient régulièrement les fûts de miel des producteurs.trices français à des prix que l'on considère abusivement bas. La loi Egalim parle notamment d'inversion de la construction des prix, à partir des coûts de revient des apiculteurs. On verra à quel point le négoce est prêt à soutenir l'origine France, comme annoncé en interprofession. Dans la réalité, des miels de qualité sont aujourd'hui invendables à certains conditionneurs au vu des prix d'achat pratiqués qui ne permettent pas aux apiculteurs.trices français de vivre correctement de leur métier. L'attention qu'ils portent à leurs fournisseurs est bien inférieure à l'énergie mise pour dévaloriser le travail des apiculteurs.trices.

Concernant la qualité des miels français, les laboratoires réalisant les contrôles ne sont pas forcément indépendants des négociants. Ils relèvent d'autocontrôles qui sont loin d'avoir, à nos yeux, autant de valeur que les contrôles de l'État.

SFM fait l'éloge d'assemblage de miels « comme dans le champagne ». Derrière ce langage poétique, la pratique de mélange de miels permet une standardisation industrielle du produit, la dilution potentielle

des résidus indésirables, l'introduction de miels de qualité hétérogène dans les mélanges et le mélange des origines du miel.

Nous nous félicitons donc que la loi Egalim ait instauré l'obligation d'étiquetage d'origine du miel. La Confédération paysanne, l'UNAF et la FFAP se réjouissent de cette victoire syndicale et démocratique car nous nous inscrivons dans une volonté de transparence au consommateur.trice. Or, nous ne pouvons que constater l'opposition farouche de SFM à cette obligation d'étiquetage d'origine du miel.

Si INTERAPI veut montrer qu'elle est au service des apiculteurs.trices français, qu'ils soient en circuit court ou long, il faudra organiser une valorisation du miel « origine France ». Nous espérons que SFM participera activement à cet objectif.

Dernier épisode en date que nous déplorons : Famille Michaud Apiculteurs a proposé un mécénat « désintéressé » de 50 000 euros à l'Institut Technique de l'Abeille (ITSAP) en échange d'une utilisation du logo ITSAP dans ses communications, profitant des difficultés financières de l'ITSAP et de la complaisance des administrateurs de l'ITSAP, excepté ceux de l'UNAF et de la Confédération paysanne. Michaud ne manquera pas de construire sa publicité grâce à ce logo ITSAP, tirant parti d'une concurrence déloyale vis-à-vis des apiculteurs.trices dont les produits se retrouvent sur les mêmes rayons.

Nos organisations défendent le travail et le savoir-faire des apiculteurs.trices, quelque soit leur débouché. Les attaques directes ou sous-entendues par SFM n'ont pas lieu d'être dans notre filière qui poursuit sa structuration. Nous avons besoin de renouvellement et de sortir de ce contexte de sous-production chronique des produits apicoles. Nous sommes convaincu.e.s que l'avenir de la filière apicole passera obligatoirement par la reconnaissance et la revalorisation du travail des apiculteurs.trices. SFM doit cesser les attaques récurrentes sur les apiculteurs en vente directe. **L'attention portée à la qualité des produits apicoles français est l'affaire de l'ensemble de la filière. Nous en sommes collectivement garants.**

**Signataires : Confédération paysanne, Fédération Française des Apiculteurs Professionnels (FFAP) et UNAF.**